

ABSTRAK

Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kreativitas Iklan Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Sikap Konsumen Atas Iklan Televisi Motor Yamaha Mio Z Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang

Oleh: Hardi Prima Junesco

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh daya tarik iklan terhadap sikap konsumen atas iklan televisi motor Yamaha Mio Z pada mahasiswa UNP, (2) Pengaruh kreativitas iklan terhadap sikap konsumen atas iklan televisi motor Yamaha Mio Z pada mahasiswa UNP, dan (3) Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap sikap konsumen atas iklan televisi motor Yamaha Mio Z pada mahasiswa UNP.

Penelitian ini merupakan penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UNP yang pernah melihat iklan motor Yamaha Mio Z dengan sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling* yang merupakan metode sampel non-probabilitas. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Analisis data menggunakan uji analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Daya tarik iklan memberikan pengaruh signifikan terhadap sikap konsumen atas iklan televisi motor Yamaha Mio Z pada mahasiswa UNP, 2) Kreativitas iklan memberikan pengaruh signifikan terhadap sikap konsumen atas iklan televisi motor Yamaha Mio Z pada mahasiswa UNP, dan 3) *Celebrity Endorser* memberikan pengaruh signifikan terhadap sikap konsumen atas iklan televisi motor Yamaha Mio Z pada mahasiswa UNP.